



STRATEGI PEMASARAN UPAYA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BIMBINGAN BELAJAR GIAT DI DAERAH LEGIAN

I Gusti Bagus Wahyu Nugraha Putra¹, Ni Luh Putu Tisna Murni Apsari^{2*},
^{1,2}Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati Denpasar,

Jalan Kamboja No 11A, Denpasar, Bali, 80223, Indonesia

*Penulis koresponden, e-mail: pututisna95@gmail.com.

085792003890

artikel masuk: 15-11-2022; artikel diterima: 18-12-2022

Abstract: During the Covid-19 pandemic which has hit the whole world, especially Indonesia from 2020 yesterday, almost all schools from kindergarten to tertiary institutions had to be taught from home. This certainly causes a number of pros and cons from parents of students for the government's decision regarding this matter. Because according to them it is very less effective if children only study at home without direct guidance by teachers at school. Therefore, during the pandemic there were many new tutoring places opened to help parents and especially students who had learning difficulties. One of them is Giat tutoring. Located on Jln. Sri Rama, Legian, Badung which provides tutoring services for pre-kindergarten to junior high school children. Overall the purpose of this research is to increase sales or the number of students in Giat tutoring. So in need of some marketing strategy. The method used in this research is by distributing brochures to the local community in the Legian area and also by promoting through social media such as Instagram and Facebook. The results of the work program show an increase in the number of students in Giat tutoring.

Key words: Tutoring, marketing, brochures, social media

Abstrak: Selama masa pandemic Covid-19 yang sudah melanda seluruh dunia khususnya Indonesia dari 2020 kemarin menyebabkan hampir seluruh sekolah dari TK hingga perguruan tinggi harus dibelajar rumahkan. Hal ini tentu menyebabkan adanya beberapa pro dan kontra dari orang tua siswa atas keputusan pemerintah mengenai hal tersebut. Karena menurut mereka sangat kurang efektif jika anak-anak hanya belajar di rumah tanpa adanya bimbingan secara langsung oleh guru di sekolah. Oleh karena itu, selama masa pandemi terdapat banyak tempat bimbingan belajar yang baru di buka guna untuk membantu orang tua dan terutama untuk siswa yang kesulitan dalam belajar. Salah satu nya adalah bimbingan belajar Giat. Terletak di Jln.Sri Rama, Legian, Badung yang menyediakan jasa bimbingan belajar untuk anak pra TK hingga SMP. Secara keseluruhan tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan penjualan atau jumlah siswa di bimbingan belajar Giat. Sehingga di perlukan beberapa strategi pemasaran. Adapun cara yang digunakan pada penelitian ini yaitu melalui sebar brosur kepada masyarakat sekitar di daerah Legian dan juga promosi melalui social media seperti Instagram dan facebook. Hasil program kerja menunjukkan adanya peningkatan jumlah siswa di bimbingan belajar Giat.

Kata kunci: Bimbingan belajar, pemasaran, brosur, sosial media

PENDAHULUAN

Sejak kemunculan virus Covid-19 di Indonesia, yakni pada Maret 2020, hampir seluruh masyarakat terkena dampaknya. Terutama di Bali. Di masa pandemi ini, dampak virus Covid-19 sangat parah, menguji ketahanan bangsa, tak terkecuali di bidang bisnis dan pendidikan. Karena banyak perusahaan, sekolah dari TK hingga perguruan tinggi selama pandemi harus di belajar rumahkan. Agar terhindar dari virus Covid, hal tersebut dapat dicapai dengan menerapkan protokol kesehatan yaitu metode 3M (pakai masker, cuci tangan dan jaga jarak).

Bimbingan belajar Giat merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pendidikan. Didirikan oleh Ibu A.A Raka Sutariyani, S.KM pada tahun 2020, berlokasi di Br.Trijata, Mambal, Abiansemal. Saat mulai buka di awal tahun 2020 kemarin, terdapat banyak orang tua yang berminat untuk mendaftarkan anak-anaknya di bimbingan belajar Giat. Sehingga setelah melakukan survei di beberapa lokasi, awal Juni 2022 pemilik membuka tempat bimbingan belajar Giat cabang kedua yang berlokasi di Jln.Sri Rama, Legian, Badung. Oleh sebab itu diperlukannya strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan agar bisa mendatangkan banyak siswa di cabang kedua.

Pada saat melakukan observasi, terdapat beberapa kondisi mitra di antara nya, masyarakat di sekitar Legian belum mengetahui tentang adanya bimbingan belajar Giat. Dan juga di perlukannya beberapa strategi pemasaran guna untuk mendatangkan siswa. Sehingga untuk membantu mitra pada pengabdian masyarakat mandiri ini peneliti memberikan beberapa solusi yang juga merupakan program dari pengabdian masyarakat. Yaitu, memperkenalkan kepada masyarakat di sekitar Legian tentang bimbingan belajar Giat, menggunakan beberapa strategi pemasaran seperti sebar brosur secara rutin di beberapa lokasi di daerah Legian, dan juga memanfaatkan sosial media untuk menyebarkan informasi mengenai bimbingan belajar Giat.

METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat di bimbingan Belajar Giat dilaksanakan secara mandiri dengan langkah pertama melakukan observasi melalui wawancara kepada pemilik usaha mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Selama pelaksanaan, ada beberapa tahapan – tahapan dalam memberdayakan usaha tersebut.

Dalam kesempatan kali ini, penulis berkoordinasi dengan Ibu Gung Raka selaku pemilik bimbingan belajar di tempat saya bekerja. Ibu Gung Raka bercerita tentang permasalahan yang ada di toko seperti kurangnya pengenalan kepada masyarakat di daerah Legian dan juga di perlukannya strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan tempat bimbingan belajar Giat. Dan penulis menyarankan untuk mempromosikan usaha ini dengan cara melalui sebar brosur dan memperkenalkan langsung kepada masyarakat, di media sosial seperti Facebook dan Instagram

agar lebih banyak orang yang tahu tentang bimbingan belajar Giat. Setelah menyusun perencanaan, tahap selanjutnya adalah pelaksanaan. Disini penulis bekerja sama dengan mitra untuk mewujudkan program yang sudah direncanakan sebelumnya. Mitra menyambut baik dan mendukung penuh program yang saya buat. Adapun langkah – langkah dalam pengabdian masyarakat yaitu:

1. Observasi awal, permasalahan yang dihadapi oleh sasaran.
2. Penyusunan program kerja sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh sasaran.
3. Penerapan program kerja guna membantu dan memberi solusi terhadap pelaksanaan permasalahan yang di hadapi sasaran.

Kegiatan strategi pemasaran upaya untuk meningkatkan penjualan bimbingan belajar Giat di daerah Legian yang bertempat di Jalan Sri Rama, yang terletak di Desa Legian Kecamatan Kuta. Kegiatan ini berlangsung selama 41 Hari dari tanggal 28 Juli s/d 7 September 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini terlaksana dengan baik dan lancar. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di tempat bimbingan belajar Giat, ditemukan beberapa permasalahan yang dialami antara lain; masyarakat di sekitar Legian belum mengetahui tentang adanya bimbingan belajar Giat, dan diperlukan beberapa strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di bimbingan belajar Giat.

Untuk membantu beban mitra pada pengabdian masyarakat mandiri ini peneliti memberikan beberapa solusi yang juga merupakan program dari pengabdian masyarakat, antara lain; Memperkenalkan kepada masyarakat di sekitar Legian tentang bimbingan belajar Giat, menggunakan beberapa strategi pemasaran seperti sebar brosur secara rutin di beberapa lokasi di daerah legian, dan juga memanfaatkan social media untuk menyebarluaskan informasi mengenai bimbingan belajar Giat.

1. Pengenalan kepada masyarakat sekitar Legian mengenai keberadaan tempat bimbingan belajar Giat:

Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan bimbingan belajar Giat agar semakin dikenal oleh masyarakat sekitar. Melalui sebar brosur, kami menelusuri beberapa daerah di sekitar tempat bimbingan belajar Giat.



Gambar 3.1 Pengenalan kepada masyarakat sekitar Legian mengenai keberadaan tempat bimbingan belajar Giat

2. Sekolah dasar juga menjadi target pemasaran dari bimbingan belajar Giat:

Selain menyebarkan informasi kepada masyarakat di sekitar Legian, sekolah dasar adalah salah satu target pemasaran dari bimbingan belajar Giat. Melalui sebar brosur di beberapa sekolah dasar, dan juga melakukan edukasi kepada orang tua yang dijumpai di sekitar sekolah guna agar bisa mendatangkan banyak siswa yang akan mengikuti bimbingan belajar di Giat.



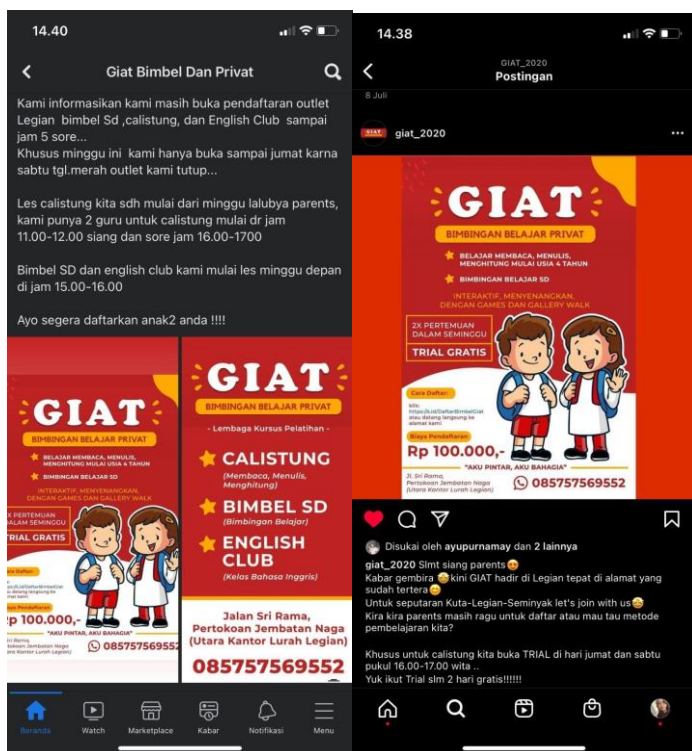
Gambar 3.2 Salah satu sekolah dasar yang menjadi target pemasaran.



Gambar 3.3 Edukasi kepada orang tua siswa mengenai apa itu Giat

3. Strategi pemasaran melalui sosial media seperti Facebook dan Instagram:

Selain melalui sebar brosur, media sosial juga menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan bimbingan belajar Giat kepada pengguna online di sosial media. Cara ini bisa di katakana cukup mempengaruhi proses bertambahnya siswa baru di bimbingan belajar Giat.



Gambar 3.4 Sosial media sebagai sarana untuk mempromosikan bimbingan belajar Giat

SIMPULAN

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, kesimpulan yang dapat diambil, yaitu, pentingnya pengenalan kepada masyarakat mengenai keberadaan tempat bimbingan belajar Giat. Dimana hal itu sangat bermanfaat untuk masyarakat sekitar khususnya yang sedang kesulitan dalam membimbing anak-anaknya di rumah. Melalui strategi pemasaran seperti sebar brosur dan juga promosi melalui social media, hal tersebut bisa membantu usaha mitra sehingga banyak orang yang tahu tentang bimbingan belajar Giat. Dan juga meningkatnya penjualan dengan banyaknya siswa yang datang dan mendaftar untuk mengikuti bimbingan belajar.

DAFTAR RUJUKAN

- Rosyida, I. K. (2018). Implementasi Mahasiswa KKN Dalam Bidang Pendidikan di SD N 02 Jambu dan SMP Muhammadiyah Jambu. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm di Indonesia. Jurnal Lentera Bisnis.
- Jaya, D. A. (2020). Mengembangkan Strategi Pemasaran Secara Online Pada UMKM “Baru Jaya Las Listrik” Berbasis Teknologi Serta Sosialisasi New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19. Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya Bandar Lampung